

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior And Marketing Action*. Cincinnati OH: South Western Collage.
- Ball, E. A. (2004). *International Bussines*. Jakarta: Salemba Empat.
- Edwin, Y. (2016, Februari 2). *FUP Dan Kuota Internet Tak Terbatas*. Retrieved From Beritagar.Id: <https://Beritagar.Id/Artikel/Sains-Tekno/Fup-Dan-Kuota-Internet-Tak-Terbatas>
- Febrinda, & Syaifullah. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Batamindo Executive Village. *E-Journal Upbatam*, 1-10.
- Ferinadewi, E. (2008). *Merek Dan Psikologi Konsumenimplikasi Pada Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R., & Ronald, J. (2010). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hadiyati, E. (2014). Studi Dimensi Hubungan Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Sektor Perbankan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 72-87.
- Handaruwati, I., & Wibowo, O. C. (2020). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Retention Pada Studio Musik 58 Surakarta . *Bussines Innovation And Entherpreneurship Journal*, 153-159.
- Hantara, F. L. (2023). Hubungan Antara Kualitas Komunikator Dan Kualitas Pesan Melalui Telearketingindihome Yogyakarta Dengan Sikap Pada Merk. *E-Journal UAJY*, 52-55.
- Hartono, F. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1-15.

- Huda, H. I. (2021, Oktober 14). *Customer Value Seberapa Pentingkah ?*. Retrieved From Universitas STEKOM: <https://Komputerisasi-Akuntansi-D4.Stekom.Ac.Id/Informasi/Baca/Customer-Value-Seberapa-Pentingkah/B86667cd55d95cbb6d1ea1cf8528ce9f85e2d53d>
- Inah, E. N. (2013). Peranan Komunikasi Dalam Pendidikan. *Jurnal Al-Ta'dib*, 176-188.
- Indonesia, T. (2023). *Customer Relationship Management (CRM)*. Retrieved From TelkomIndonesia: [https://www.telkom.co.id/sites/enterprise/id_id/page/customer-relationship-management-\(crm\)-761](https://www.telkom.co.id/sites/enterprise/id_id/page/customer-relationship-management-(crm)-761)
- Iranita. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Dan Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Barista Coffee Shop & Roastery Tanjungpinang. *Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji*, 1-10.
- Kahar, A. R. (2017). Analisis Strategi Promosi Indihome Pt. Telkom Indonesia (Tbk) Dalam Menghadapi Persaingan Produk Layanan Di Kota Makassar. *Digilib Unhas*, 1-10.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer Loyalty In The Hotel Industry; The Role Of Customer Satisfaction And Image. *Journal Of Cotemporary Hospitality Managememnt*, 346-351.
- Kothler, P., & Mastrong, G. (2010). *Principels Of Marketing*. USA: Pearson.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Airlangga.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 604-631.
- Logiawan, Y., & Subagio, H. (2014). Nalisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya . *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1-11.
- Lovelock, C., & Wright, L. K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia: PT. Indeks.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 54-64.
- Noviarini, A. P., & Khasanah, I. (2014). Analisis Pengaruh Experiential Marketing

Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Resto Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 1-11.

Paputungan, T., Tamengkel, L. F., & Punuindong, A. Y. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Telkom Kotamobagi. *Productivity*, 181-186.

Pasaribu, A. M. (2017). Pendapatan Usaha Dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman. *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosklil*, 1-10.

Polii, K. J., Warouw, D. M., & Kalesaran, E. R. (2019). Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Anggota Pers Mahasiswa "Acta Durna" Ilmu Komunikasi Fisppol Unstrat Manado. *E-Jouornal Unsrat*, 1-13.

Putriandari, A. S., & Idris. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Telkom Speedy Di Semarang. *E-Journal Undip*, 1-28.

Rahi, I. (2016). Impast Of Customer Value, Public Relations Perception And Brand Images On Customer Loyalty In Service Sector Pakistan. *Arabian Journal Of Bussines And Managemnet Review*, 1-6.

Rahmanto, A. P. (2015, Mei 20). *Tekom Speedy Dihentikan, Pelanggan Dirayu Pindah Ke Indihome*. Retrieved From Cnnindonesia.Com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150520115043-185-54449/Tekom-Speedy-Dihentikan-Pelanggan-Dirayu-Ke-Indihome/>

Rahmayanthi, R., Kurniawati, E., & Nurseto, F. (2022). Analisis Kebutuhan Dasar Psikologis Ditinjau Dari Aspek Kompetensi, Keterkaitan, Dan Kemandirian. *Jurnal Konseling Gusjigang*, 1-11.

Sapanang, Maupa, & Jusni. (2022). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Customer Bonding Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Grapari Telkomsel Makassar". *Ikopin Scientific Journal*, 1-10.

Saputra, & Ariningsih. (2014). Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing Pada Jasa Industri Perbankan . *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1-10.

- Saputra, D. (2017). Analisis Komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Menertibkan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Rakyat Soegih Belilas. *Thesis Universitas Islam Riau*.
- Scott, R., & Brand, C. (2001). *Emotion Marketing; The Hall Mark Way Of Winning Customer For Life*. New York: Mcgrawhill International.
- Sivesan, S. (2012). Impact Of Relationship Marketing On Customer Loyalty On Banking Sectors. *Journal Of South Academic Research*, 1-10.
- Soetjipto, N. (2014). *Relationship Marketing Dan Customer Retention Sebagai Jalan Keberhasilan*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandjung. (2004). *Marketing Managenment: Pendekatan Nilai-Nilai Pelanggan Edisi Kedua*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality And Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Utama, A. P., & Murti, T. R. (2022). Strategi Pemasaran Berdasarkan Nilai: Kunci Untuk Mendapatkan Pelanggan Yang Loyal Ditengah Ketatnya Persaingan Usaha Dalam Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ikraith-Abdimas* , 110-117.
- Velnampy, T., & Sivesan, S. (2012). Customer Relationship Marketing Customer Satisfaction: A Study On Mobile Service. Providing Companies In Srilanka . *Global Journal Inc*, 391-407.
- Wijayanti, A. (2012). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Produk Kosmetik Olay White Radiance Protective Cream Di Kota Jember. *Jurnal Universitas Jember*, 1-10.
- Winanda, A. P., Lestari, S. B., & Sri Widowati Herieningsih, A. N. (2014). Penggunaan Internet Sebagai Alternatif Media Komunikasi Untuk Mempertahankan Komitmen Asmara Pasangan Long Distance Relationship. *Medianeliti*, 1-11.

Wiwoho, A. S. (2023). Pengaruh Relationship Marketing, Customer Value, Dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Kota Malang. *E-Journal UMM*, 1-10.

Zethaml, V., & Bitner, M. (2000). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. Boston: Mcgraw Hill.